

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI
DENGAN *PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP***

SKRIPSI



Oleh:

Susi Lestari

201410230311314

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI
DENGAN *PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP***

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang untuk memenuhi
persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi



Susi Lestari

201410230311314

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018





KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Hubungan persepsi terhadap Budaya Organisasi dengan *Psychological Ownership*”. Penyusunan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelas Sarjana Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak melibatkan pihak-pihak yang senantiasa membantu saya dalam penyelesaiannya. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Orang tua saya tercinta, Bapak H. Muhammad Taufik dan Ibu Siti Asiyah yang tanpa henti mendoakan dan mendukung saya dalam keadaan apapun untuk dapat menyelesaikan perkuliahan ini hingga akhir.
2. Bapak M. Salis Yuniardi, S. Psi., M. Psi., P. Dh., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Diana Savitri Hidayati, M. Psi selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Ibu Susanti Prasetyaningrum, M. Psi., selaku dosen wali yang telah membimbing, memberikan dukungan dan dorongan, serta motivasi kepada kami, mahasiswa kelas G angkatan 2014.
5. Bapak Zakarija Achmat, M. Si., dan Ibu Istiqomah, M. Si., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu dan tenaga, serta memberikan banyak memotivasi, bimbingan dan memberikan masukan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak ilmu dan pelajaran berharga kepada saya selama menjadi mahasiswa hingga lulus.
7. PT. Pertanian Nusantara yang sudah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.

Malang, 23 September 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
Hubungan Persepsi Terhadap Budaya Organisasi Dan <i>Psychological Ownership</i>	1
Psychological Ownership.....	7
Persepsi terhadap Budaya Organisasi	9
Budaya Organisasi	10
Hubungan Persepsi Terhadap Budaya Organisasi Dengan Psychological Ownership.....	11
Kerangka Berfikir	12
Hipotesa.....	13
METODE PENELITIAN	13
Rancangan Penelitian	13
Subjek Penelitian.....	13
Variabel dan Instrument Penelitian.....	13
Prosedur dan Analisis Data Penelitian.....	14
HASIL PENELITIAN	15
Uji normalitas.....	17
Uji hipotesa	18
DISKUSI	18
SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	22
DAFTAR PUSTAKA	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Tryout Skala	14
Tabel 2. Deskripsi data subjek dan kategorisasi variabel	15
Tabel 3. Hasil uji normalitas data	17
Tabel 4. Hasil uji korelasi <i>Product Moment</i>	18



Hubungan Persepsi Terhadap Budaya Organisasi Dan *Psychological Ownership*

Susi Lestari

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

Susilestari1112@gmail.com

Psychological ownership merupakan hal yang penting untuk dimiliki karyawan dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Persepsi karyawan terhadap budaya organisasi menjadi faktor yang mampu mempengaruhi segala aspek perusahaan, tak terkecuali *psychological ownership* setiap karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara persepsi terhadap budaya organisasi dan *psychological ownership*. Subjek penelitian ini sebanyak 110 orang karyawan yang bekerja di PT. Pertanian Nusantara. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling insidental dengan menggunakan skala sebagai alat ukur persepsi terhadap budaya organisasi dan *psychological ownership*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara budaya organisasi dengan *psychological ownership*, dengan sumbangan sebesar 30,4% ($r = 0,551$, $p = 0,000^*$, $r^2 = 0,304$).

Kata kunci: Persepsi, Budaya Organisasi, *Psychological Ownership*.

Psychological ownership is an important thing for employees to help realize the company's goals. Perceptions of organizational culture are factors that cannot be separated from every company that is able to influence all aspects, including the psychological sense of ownership of each employee. This study aims to determine whether there is a relationship between perceptions of organizational culture and psychological ownership. The subject of this study were 110 employees who worked at PT. Pertanian Nusantara. The sampling technique used is insidental sampling using a scale as a means of measuring perceptions of organizational culture and psychological ownership. Data analysis method in this study uses product moment correlation analysis. The results showed a relationship between organizational culture and psychological ownership, with a contribution of 30,4% ($r = 0.551$, $p = 0.000^$, $r^2 = 0.304$)*

Key word: *Perceptions, Organizational Culture, Psychological Ownership.*

Performa dan produktifitas karyawan menjadi salah satu faktor fundamental bagi perkembangan suatu organisasi. Kondisi performa yang baik dan produktifitas karyawan yang terus meningkat tentunya memberikan pengaruh positif terhadap kelangsungan hidup dan pencapaian tujuan dari suatu perusahaan atau organisasi. Namun saat ini tak jarang dijumpai banyak karyawan mengalami penurunan terkait produktifitas dan kinerjanya selama bekerja. Perilaku penurunan kinerja dan produktifitas tersebut dapat ditandai dengan kurangnya tanggung jawab terhadap pekerjaan, tidak dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai yang diharapkan perusahaan, kurangnya komitmen, sering bolos saat bekerja dan lain sebagainya. Hal ini tentunya dapat menghambat perkembangan perusahaan atau organisasi kearah yang lebih baik. Selain itu karyawan yang kurang memiliki tanggung jawab cenderung akan memiliki masa kerja dalam suatu organisasi atau perusahaan yang lebih singkat. Dilihat pada keadaan *real* saat ini, tak jarang permasalahan kedisiplinan dilakukan misalnya oleh beberapa pekerja negeri sipil (PNS) pada awal tahun 2018 ini. Menurut juru bicara BKN Muhammad Ridwan, selama 2017 terdapat puluhan pegawai negeri sipil (PNS) yang diberhentikan secara hormat, bukan atas permintaan sendiri, karena membolos lebih dari 20 hari (BBC News Indonesia. 02/01/2018). Pemberhentian tersebut diakibatkan karena seringnya karyawan membolos pasca musim liburan, meski telah diberi teguran secara tertulis dan dikenakan sanksi lainnya.

Dalam kasus lain, berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang investasi di kota Malang, diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh perusahaan tersebut, yaitu banyaknya karyawan pada bidang *financial planner* yang mengundurkan diri dari pekerjaan atau *turnover*, padahal masa kerjanya terbilang cukup singkat, yakni kurang dari seminggu. Dari jumlah karyawan yang direkrut, hanya sekitar 10% yang mampu bertahan hingga batas waktu 2 bulan masa *training*. Hal tersebut mengharuskan perusahaan untuk sering melakukan perekrutan karyawan baru setiap minggunya. Permasalahan lainnya yang didapat dari hasil observasi yaitu masalah kedisiplinan. Terdapat beberapa karyawan yang sering datang terlambat ketika dilakukannya *morning breafing* setiap pagi, bahkan ada pula karyawan yang beberapa kali tidak mengikuti *morning breafing* atau tidak datang untuk bekerja tanpa keterangan yang jelas. Dengan demikian, perilaku tersebut memperlihatkan bahwa karyawan kurang memiliki rasa tanggung jawab dan kurang peduli pada pekerjaannya. Perilaku tersebut tentunya dapat menghambat perkembangan perusahaan kearah yang lebih baik, dimana idealnya seorang karyawan diwajibkan mengikuti segala kegiatan dan peraturan yang ada dan berkomitmen terhadap perusahaan.

Sebagai seorang karyawan yang bekerja dalam suatu perusahaan sebaiknya dapat menumbuhkan dan memiliki keinginan yang kuat untuk terus memajukan perusahaan, serta berbuat dan memikirkan cara yang dapat dilakukan untuk bisa mencapai hal tersebut. karyawan juga hendaknya dapat menumbuhkan rasa sebagai anggota keluarga perusahaan, dimana perusahaan bukan hanya sekedar tempat mencari nafkah atau sebagai tempat untuk meniti karir saja, namun juga dapat

dijadikan sebagai “rumah kedua” yang dimiliki seluruh anggota perusahaan yang harus terus dijaga, dikembangkan dan dipertahankan bersama-sama. Apabila seorang karyawan sudah dapat mengembangkan perasaan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa karyawan telah memiliki rasa *psychological ownership* pada dirinya terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

Dari pernyataan Pierce (2001), *psychological ownership* merupakan keadaan dimana seseorang merasa memiliki suatu hal, baik itu berupa benda, wilayah, tempat tinggal, maupun ide sebagai miliknya secara psikologis. Jika diartikan dalam konteks industri dan organisasi, maka *psychological ownership* dapat dimaknai sebagai keadaan dimana seorang karyawan atau anggota perusahaan merasa memiliki perusahaan tersebut secara psikologis. Seseorang karyawan yang memiliki *psychological ownership* terhadap organisasi tempat ia bekerja akan dapat meningkatkan keinginannya untuk memiliki performa dan bisa memajukan kualitas perusahaan ke arah yang lebih baik, ikut berkontribusi dalam mencari jalan keluar apabila perusahaan menemui kendala, serta mau mengorbankan waktu maupun tenaganya demi kepentingan perusahaan. Menurut Belk, R. W (1988), seseorang yang merasakan kepemilikan atas suatu objek akan memiliki rasa tanggung jawab untuk menjaga, melindungi, mempertahankan dan mengembangkan apa yang menjadi miliknya tersebut.

Psychological ownership sendiri memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, yaitu: *controlling* (mempengaruhi dan mengendalikan suatu objek dengan leluasa), *knowing intimately* (pemahaman yang mendalam mengenai suatu objek), serta *investing self* (menginfestasikan diri terhadap suatu objek) (Pierce, 2001). Melihat beberapa faktor tersebut, perusahaan sebagai tempat karyawan bekerja tentunya memiliki kontribusi yang penting dapat menumbuhkan *psychological ownership* karyawan terhadap perusahaan. Sikap yang sebaiknya dilakukan perusahaan disini hendaknya dapat memberikan keleluasaan bagi karyawan untuk dapat mengontrol pekerjaannya secara mandiri. Kemudian perusahaan sebaiknya memberikan informasi yang jelas terkait seluruh aspek yang ada di perusahaan. Apabila karyawan dapat memahami secara mendalam, suatu objek atau perusahaan tempatnya bekerja, maka karyawan akan dapat mengasosiasikan dirinya terhadap objek tersebut. Selain itu, perusahaan juga hendaknya dapat menunjukkan dukungan-dukungan dan menjalin hubungan yang baik dengan seluruh karyawan agar karyawan juga tidak segan untuk ikut berkontribusi secara penuh demi perkembangan perusahaan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya, *psychological ownership* dapat memberikan dampak terhadap komitmen organisasi dan *organizational citizenship behavior (OCB)*. Selain itu, *Psychological ownership* juga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu perilaku positif organisasi, pengambilan keputusan, *servant leadership*, serta pemberdayaan kepemimpinan.

Dari penelitian Kim & Beehr (2017) dengan jumlah subjek sebanyak 299 karyawan *full-time* yang bekerja di Amerika Serikat, hasilnya menunjukkan bahwa

pemberdayaan kepemimpinan secara positif berkaitan dengan *self-efficacy* dan *Psychological Ownership*. Keduanya memiliki keterkaitan negatif pada perilaku menyimpang. Temuan ini menyoroti peran penting dari *self-efficacy* dan *psychological ownership* yang menjelaskan mengapa pemberdayaan kepemimpinan dapat mempengaruhi perilaku seorang pengikut.

Hasil pengujian hubungan antara *psychological ownership*, harga diri berbasis organisasi dan perilaku positif organisasi yang dilakukan oleh Pan, Qin & Gao (2014) dengan jumlah subjek sebanyak 2.566 karyawan dari 45 perusahaan produksi di Cina, menunjukkan bahwa *psychological ownership* memiliki hubungan yang signifikan pada sub faktor perilaku positif organisasi, sementara harga diri berbasis organisasi memiliki efek terhadap perilaku positif dan keharmonisan antar pribadi. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan bahwa memperkuat rasa kepemilikan organisasi secara psikologis karyawan, manager harus meningkatkan harga diri berbasis organisasi karyawan agar kinerja organisasi dapat meningkat.

Menurut penelitian Han, Chiang & Chang (2010) yang dilakukan terhadap 260 sampel yang melibatkan perusahaan-perusahaan teknis dengan pengetahuan intensif tinggi yang dilakukan di Taiwan. Hasilnya menjabarkan bahwa *employee participation in decision making (EPDM)* memiliki hubungan positif dengan *psychological ownership*, serta *psychological ownership* berhubungan positif dengan komitmen organisasi. Karyawan dengan *psychological ownership* yang tinggi akan berkomitmen terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa EPDM merupakan mekanisme penting untuk membuat karyawan menghasilkan *psychological ownership* dan komitmen organisasi, sehingga karyawan juga akan berkontribusi dalam perilaku berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*).

Hasil pengujian pengaruh kesadaran diri, positifitas dan *psychological ownership* manager terhadap OCB, yang dilakukan oleh Zamahani & Rezaei (2014) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kesadaran diri, kepositifan dan *psychological ownership* manager dengan *organizational citizenship behavior (OCB)* karyawan. Tingkat kepositifan pemimpin dan *psychological ownership* yang tinggi dari seorang atasan, dapat meningkatkan perilaku peran ekstra dari karyawan, sehingga dapat meningkatkan kinerja agar lebih baik yang dapat memfasilitasi pencapaian ke sasaran organisasi.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Bora dan Harun (2015), dengan tujuan utama penelitian ini yaitu untuk menyelidiki pengaruh kepemimpinan pelayanan (*Servant Leadership*) pada *psychological ownership*. Kemudian setelah dilakukan pengujian, diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara *servant leadership* terhadap *psychological ownership* dan hubungan ini lebih kuat ketika karyawan merasa dukungan organisasi tinggi. *Servant Leadership* merupakan kepemimpinan yang dimana pemimpin lebih berorientasi terhadap anggotanya. Hal ini akan berpengaruh pada karyawan, dimana karyawan akan merasa bahwa pimpinan mengutamakan dan

perduli terhadap kesejahteraannya, sehingga karyawan merasa memiliki kewajiban untuk membalas dan menjadi dasar munculnya rasa *ownership* terhadap perusahaan.

Psychological ownership seorang karyawan akan timbul apabila karyawan merasa nyaman dan menganggap bahwa segala aspek dari perusahaan atau organisasi merupakan bagian dari dirinya juga (Pierce, 2001). Hal ini dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik bagi perusahaan. Mahyew (2007), menyatakan bahwa karyawan dengan rasa memiliki akan organisasi mempunyai kepuasan dan hasil kerja yang baik. Apabila karyawan memiliki kepuasan dan menghasilkan hasil kerja yang baik, maka memungkinkan karyawan untuk mampu bertahan lebih lama dalam perusahaan.

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan memiliki anggota yang mau berkorban demi kebaikan perusahaan itu sendiri. Seperti yang telah dijabarkan pada beberapa hasil penelitian diatas, *psychological ownership* dapat berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi dan *organizational citizenship behavior (OCB)*. Dengan kata lain, bila seseorang memiliki *psychological ownership*, maka ia akan mampu bertahan dan konsisten terhadap perusahaan tempat ia bekerja, serta akan memiliki inisiatif untuk lebih berkontribusi terhadap lingkungan dan kemajuan perusahaan. Apabila perilaku tersebut dimiliki dan dapat diterapkan seluruh anggota perusahaan, maka bukan tidak mungkin akan menjadi suatu kebiasaan dan menjadi standar perilaku yang seharusnya diterapkan oleh tiap anggota perusahaan. Budaya merupakan aspek yang tidak bisa lepas dari suatu organisasi atau perusahaan sebagai pengatur segala perilaku anggota organisasi dan menjadi ciri khas organisasi tersebut. Budaya organisasi merupakan sesuatu perilaku yang sudah menjadi kebiasaan, keyakinan dan menjadi persepsi bersama seluruh yang terlibat dalam organisasi dan hal tersebut menjadi ciri khas perusahaan untuk membedakannya dengan perusahaan yang lain (Akbar, 2013).

Budaya organisasi sendiri memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya, seperti karakter perorangan (*characteristic of organizational members*) faktor etika perusahaan (*organizational ethics*), faktor pembagian hak (*Property of Right*), dan structural organisasi (*organizational structure*) (Jones, 1995). Dari beberapa penjabaran diatas, terlihat bahwa budaya organisasi sendiri melibatkan segala pihak dari berbagai aspek dalam pembentukannya untuk dapat diterapkan dan dapat diterima oleh berbagai kalangan dalam perusahaan. *Psychological ownership* yang dimiliki anggota organisasi termasuk dalam faktor karakteristik perorangan yang berpengaruh pada budaya organisasi. Anggota yang merasa memiliki perusahaan secara psikologis, akan memberikan kontribusi positif dalam penyusunan nilai dan aturan dalam perusahaan yang disesuaikan dengan nilai yang dianut, sehingga dapat diterima oleh seluruh anggota perusahaan. Budaya organisasi kemudian dapat digunakan sebagai acuan dalam mengatur perilaku anggota dan apabila perusahaan menemui kendala atau permasalahan baik secara internal dan eksternal.

Berdasarkan penelitiannya Jalal (2017) yang bertujuan untuk menggali lebih dalam pengaruh dari organisasi multikultural terhadap proses membuat keputusan kepemimpinan. Hasilnya menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan kepemimpinan secara signifikan dipengaruhi oleh keragaman budaya organisasi. Keragaman multikultural menawarkan kesempatan bagi seluruh anggota dan pimpinan untuk bertukar pengetahuan dan saling mendukung satu dengan yang lain. Pengambilan keputusan pemimpin dipengaruhi oleh signifikansi budaya dan keterampilan yang mengharuskan para anggota kelompok untuk menerapkan ketahanan, kesiapan dan antusias berkontribusi dalam kemajuan perusahaan.

Mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Kheirandish, Farahani & Nikkhoo (2016), terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara budaya organisasi dan kelelahan kerja. Semakin tinggi budaya organisasi, maka semakin rendah kelelahan kerja yang dirasakan karyawan. Budaya organisasi dan unsur-unsurnya mengendalikan perilaku karyawan dalam organisasi dan promosi budaya yang baik akan mengurangi pemutusan kerja yang dilakukan karyawan.

Temuan yang didapat oleh Shahmoradi, dkk (2016), dalam penelitiannya yang menguji tentang hubungan antara iklim organisasi, budaya organisasi dan kreativitas dengan kepuasan kerja pada karyawan perpustakaan *Ahvaz Public Libraries*. Subjek penelitian ini berjumlah 180 partisipan. Hasil penelitian menunjukkan ada korelasi positif yang signifikan antara iklim organisasi, budaya organisasi dan kreatifitas dengan kepuasan kerja pustakawan. Hasil menunjukkan bahwa iklim dan budaya organisasi mempengaruhi mereka yang ada didalamnya. Jika karyawan memiliki pemahaman positif tentang iklim dan budaya organisasi, mereka akan puas dengan perusahaan itu dan akan lebih tetap berada didalamnya.

Berasarkan temuan Alindra (2015), dalam penelitiannya menyatakan bahwa budaya organisasi dapat dilihat sebagian dari suatu lingkungan organisasi yang mempengaruhi perilaku dan penampilan karyawan dalam organisasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan Depok *Sport Center*. Sering kali budaya organisasi dalam suatu organisasi berkembang dengan kuat, dalam kondisi demikian, setiap anggota secara otomatis akan mengetahui dengan baik tujuan organisasi yang akan dicapainya.

Pada penelitian Tong, Tak & Wong (2014) yang mempelajari hubungan antara budaya organisasi, berbagi pengetahuan (*Sharing Knowledge*) dan kepuasan kerja dalam konteks negara Hong Kong. Berdasarkan hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa budaya organisasi secara signifikan berpengaruh pada berbagi pengetahuan (*Sharing Knowledge*) dan kepuasan kerja. Berbagi pengetahuan berperan penting dalam memediasi antara budaya organisasi dan kepuasan kerja.

Dari beberapa ulasan hasil penelitian diatas, dapat dilihat bahwa budaya organisasi memberikan dampak positif terhadap optimalitas suatu kinerja organisasi atau perusahaan. Budaya organisasi berfungsi untuk mengatur perilaku setiap orang yang

ada dalam suatu organisasi. Dengan adanya pemahaman dan persepsi yang positif terhadap budaya organisasi, karyawan akan mampu menyesuaikan diri dan dapat beradaptasi dengan lingkungan kerjanya, serta dapat menerima budaya organisasi yang berlaku. Demikian juga sebaliknya, karyawan akan kesulitan untuk menyesuaikan diri apabila tidak memiliki pemahaman dan persepsi yang baik terkait budaya organisasi. Budaya organisasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi karyawan terhadap budaya organisasi yang diterapkan pada suatu organisasi. Persepsi merupakan suatu proses kognitif untuk mengadakan pemilihan, pengaturan dan pemahaman, serta penginterpretasian terhadap rangsang inderawi menjadi suatu gambaran objek tertentu secara utuh (Kiswari, Fathoni, Minarsih 2016).

Dilihat dari penjabaran diatas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan persepsi budaya organisasi dengan *psychological ownership*. Tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan dan persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership* karyawan atau tidak. Manfaat dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat menjadi suatu referensi bagi perkembangan ilmu pengetahuan psikologi, khususnya psikologi dalam industry dan organisasi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya terkait hubungan budaya organisasi dan *psikologikal ownership*.

Psychological Ownership

Menurut Pierce (2001) *psychological ownership* merupakan keadaan ketika seseorang merasa memiliki suatu target sebagai kepunyaannya secara psikologis. Rasa memiliki berasal dari berbagai macam target, contohnya peralatan, pekerjaan, objek fisik atau materi, hubungan dengan orang lain, wilayah atau daerah, bagian tubuh, hasil karya, bahkan suara yang didengar.

Psychological Ownership menurut Avey (2009) adalah perasaan karyawan yang memiliki tanggung jawab untuk membuat keputusan demi kepentingan jangka panjang. *Psychological Ownership* menggambarkan sebuah kesadaran individu, pikiran dan keyakinan mengenai kepemilikan terhadap perusahaan.

Terdapat tiga aspek dalam *psychological ownership* berdasarkan pendapat Pierce (2001), yaitu *self-efficacy*, *self identity*, dan *having a place*. *Self-efficacy* merupakan keyakinan bahwa individu akan berhasil melakukan tugas tertentu. individu yang mampu mengontrol sebuah tindakan akan membuat dirinya memiliki keyakinan untuk menyelesaikan tugasnya. Pada aspek ini, ketika karyawan memiliki *efficacy* yang bagus dalam suatu tugas tertentu, maka individu akan mengembangkan *Psychological Ownership* pada bidang tersebut.

Self identity, yaitu dimana individu dapat memahami dan menjelaskan identitas dirinya dengan menunjukkan *feeling ownership* akan suatu benda. Karyawan yang memahami tujuan, visi dan setting kerja, lalu menginternalisasikan nilai tersebut

sebagai identitas karyawan, maka ia dikatakan mengembangkan *Psychological Ownership*.

Having a place, dimana kepemilikan psikologis dapat dijelaskan sebagai motif individu untuk memiliki wilayah atau ruang tertentu untuk memiliki "rumah" sebagai tempat tinggalnya. Memiliki suatu tempat adalah "kebutuhan jiwa manusia" yang penting. Ketika kita tinggal disuatu tempat, itu bukan lagi objek bagi kita, tetapi sudah menjadi bagian dari kita. Oleh karena itu, kemungkinan seseorang untuk mau mencurahkan energi dan sumber daya yang signifikan terhadap suatu target yang akan berpotensi menjadi rumah mereka.

Berdasarkan pendapat Avey (2009), aspek yang ada dalam *Psychological ownership* antara lain, *self-efficacy*, *accountability*, *belongingness*, dan *self-identity*. *Self-efficacy* berhubungan dengan keyakinan seseorang untuk dapat melakukan pekerjaan tertentu dengan berhasil. Seseorang akan dengan yakin melaksanakan apa yang menjadi tugasnya karena adanya dorongan yang membuatnya menjadi percaya akan kemampuan yang dimiliki dan dapat melaksanakan tugas tersebut dengan berhasil.

Accountability lebih menekankan pada rasa tanggung jawab baik dalam hal tanggung jawab pada diri sendiri maupun tanggung jawab pada apa yang terjadi di organisasi. Dengan pelayanan dan pengorbanan yang diberikan inilah seseorang dapat dikatakan memiliki *psychological ownership* tingkat tinggi.

Belongingness merupakan rasa ikut memiliki perusahaan dimana seseorang sudah merasa nyaman berada di lingkungan kerjanya yang dirasakan sebagai *second home* dan merasa sebagai pemilik suatu organisasi. Apabila hal tersebut telah terpenuhi, maka kebutuhan sosial maupun kebutuhan sosio-emosional seseorang dapat dikatakan telah terpenuhi. Hal ini dikarenakan setiap orang membutuhkan rasa diterima dimana individu tersebut dipekerjakan sehingga peran mereka dalam organisasi dapat dikerjakan dengan optimal.

Self-identity berkaitan dengan dorongan kuat yang dimiliki seseorang untuk mengidentifikasikan dimana mereka bekerja. Sebagai contoh, orang dapat mendefinisikan diri mereka sebagai pengemudi mobil *sport*, pemilik kapal pesiar, atau kolektor antik. *Psychological ownership* yang dimiliki seseorang akan mengidentifikasikan diri mereka menjadi pribadi yang unik sehingga semakin besar pula kontribusi yang mereka lakukan terhadap suatu organisasi sebagai identitas pribadi yang ingin mereka tunjukkan.

Menurut Pierce (2001), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Psychological Ownership*, yaitu *Controlling*, *knowing intimately*, dan *investing self*. *Controlling* yaitu seseorang dapat dengan leluasa mempengaruhi dan mengendalikannya suatu objek untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Hal ini dapat memunculkan rasa puas dan senang sehingga menimbulkan *self efficacy* pada diri orang tersebut. Individu merasa mampu mempengaruhi objek sebagaimana ia mempengaruhi bagian dari tubuhnya.

Kontrol membuat individu merasa objek yang dapat ia pengaruhi adalah bagian dari dirinya.

Knowing intimately atau pemahaman yang mendalam mengenai suatu objek. Hal ini membuat individu menemukan makna sosial dari suatu objek. Makna suatu objek yang diberikan oleh lingkungan sosial dapat digunakan individu sebagai identitas diri hingga dapat dikenal dan dihargai. Objek yang terintegrasi dengan *self-identity* menandakan asosiasi diri terhadap objek.

Sedangkan *investing self*, yaitu dimana individu menginfestasikan diri terhadap suatu objek, sehingga menghasilkan refleksi diri terhadap objek tersebut. investasi energi fisik sebagai energi yang lebih dimaknai secara mendalam membuat objek seakan muncul dalam diri individu. Hal ini menghasilkan kedekatan diri dengan objek dan objek dimaknai sebagai rumah yang memberikan rasa aman dan nyaman.

Persepsi terhadap Budaya Organisasi

Pesepsi menurut (Rachmat, 2007) merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah proses aktif untuk menciptakan makna dengan cara menyeleksi, menyusun dan menginterpretasi manusia, objek, peristiwa, situasi atau fenomena lainnya (Wood, 2010). Perlu dikenankan bahwa persepsi merupakan proses aktif, dimana seorang individu tidak secara pasif menerima suatu peristiwa yang terjadi, melainkan aktif merasakan apa yang terjadi di dalam diri sendiri, orang lain dan interaksi yang terlibat didalamnya (Wood, 2010).

persepsi terdiri dari tiga proses, yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi (Wood, 2010). (1) seleksi adalah fokus pengamatan dipersempit dari beberapa stimulus yang ada dan hanya menaruh perhatian pada hal yang dianggap penting dan tidak memperhatikan hal-hal yang ada disekeliling. (2) organisasi, yaitu memahami dan merasakan apa yang telah diamati dan memberikan makna terhadap hal tersebut. dan (3) interpretasi yaitu suatu proses objektif untuk menjelaskan persepsi yang dialami dengan tujuan memberi makna terhadap informasi. Seorang individu menyusun berbagai penjelasan untuk menginterpretasikan makna pada berbagai situasi atau perilaku.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi persepsi (Arifin, Faudy & Kuswarno, 2017), yaitu (1) faktor internal, perasaan, sikap dan karakter individu, prasangka, keinginan dan harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaaan, nilai dan kebutuhan, minat, serta motivasi. (2) faktor eksternal, latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan pengulangan gerak, hal-hal baru yang familiar dan ketidak asingan suatu objek.

Budaya Organisasi

Setiap organisasi memiliki budayanya yang tercermin dalam perilaku anggota, para karyawan, kebijakan-kebijakan dan peraturannya (Munandar, 2001). Secara sederhana, budaya organisasi dapat diungkapkan sebagai cara berfikir, cara bekerja, cara laku para karyawan suatu perusahaan dalam melakukan tugas pekerjaan mereka masing-masing (Munandar 2001).

Budaya merupakan suatu nilai-nilai yang dipercaya, sehingga menjadi karakteristik yang diberikan anggota kepada suatu organisasi (pratama 2012). Menurut Pratama (2012), budaya organisasi adalah suatu pola dari dasar asumsi-asumsi untuk bertindak, menentukan atau menggambarkan anggota organisasi dalam mengatasi persoalan dengan mengadaptasikannya dari luar dan mengintergrasikannya dalam organisasi. Budaya organisasi merupakan suatu sistem pengertian bersama yang dipegang oleh anggota-anggota suatu organisasi yang membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lainnya (Robbins, 2002)

Budaya organisasi memiliki 7 ciri-ciri menurut Robbins (2002), yaitu Inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi keluaran, orientasi ke orang, orientasi tim, keagresifan dan stabilitas. (1) Inovasi dan pengambilan resiko yaitu sejauh mana karyawan didukung untuk menjadi inovatif dan berani mengambil resiko. (2) perhatian terhadap detail, yakni sejauh mana karyawan diharapkan menunjukkan kecermatan, analisis dan perhatian terhadap hal detail. (3) Orientasi keluaran, sejauh mana manajemen lebih berfokus pada hasil dan pengeluaran dari pada teknik dan proses dalam mencapai hasil. (4) orientasi ke orang, sejauh mana keputusan-keputusan yang diambil manajemen ikut memperhatikan dampak dari pengeluarannya terhadap karyawan. (5) orientasi tim, yaitu sejauh mana kegiatan-kegiatan lebih diorganisasi seputar kelompok-kelompok dari pada seputar perorangan. (6) keagresifan, sejauh mana orang-orang lebih agresif dari pada santai. (7) stabilitas, sejauh mana kegiatan-kegiatan keorganisasian lebih menekankan *status quo* dibandingkan dengan pertumbuhan.

Dalam suatu organisasi, peran dan fungsi budaya organisasi menurut Robbin (2002), adalah (1) menciptakan pembeda yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi yang lain. (2) budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi. (3) budaya mempermudah tumbuhnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas dari pada kepentingan diri individual seseorang. (4) budaya merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi itu dengan memberikan standar-standar yang tepat untuk dilakukan oleh karyawan. (5) budaya sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memantau dan membentuk sikap serta perilaku karyawan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap budaya organisasi adalah bagaimana seseorang memaknai dengan menyeleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi terkait budaya organisasi yang diterapkan di tempat ia bekerja. Budaya perusahaan berhubungan dengan bagaimana karyawan mempersepsikan karakteristik dari budaya suatu perusahaan, dengan demikian cara

karyawan memandang atau mempersepsikan perusahaan berdasarkan nilai dan norma yang dimiliki akan membentuk persepsi tertentu mengenai perusahaannya (Munizu 2010). Apabila karyawan dalam suatu perusahaan memiliki persepsi yang positif terhadap budaya organisasi yang ada, maka ia akan dapat menerima, menyesuaikan diri dan mematuhi aturan-aturan yang ditetapkan dalam perusahaan sebagai karyawan. Hal ini dapat berdampak pada ketahanan, kenyamanan dan performa yang dimiliki karyawan untuk bekerja. Begitu pula sebaliknya, apabila karyawan memiliki persepsi negatif terhadap budaya yang diterapkan organisasi, maka ia akan merasa tidak nyaman hingga cenderung tertekan saat berada dalam perusahaan tersebut.

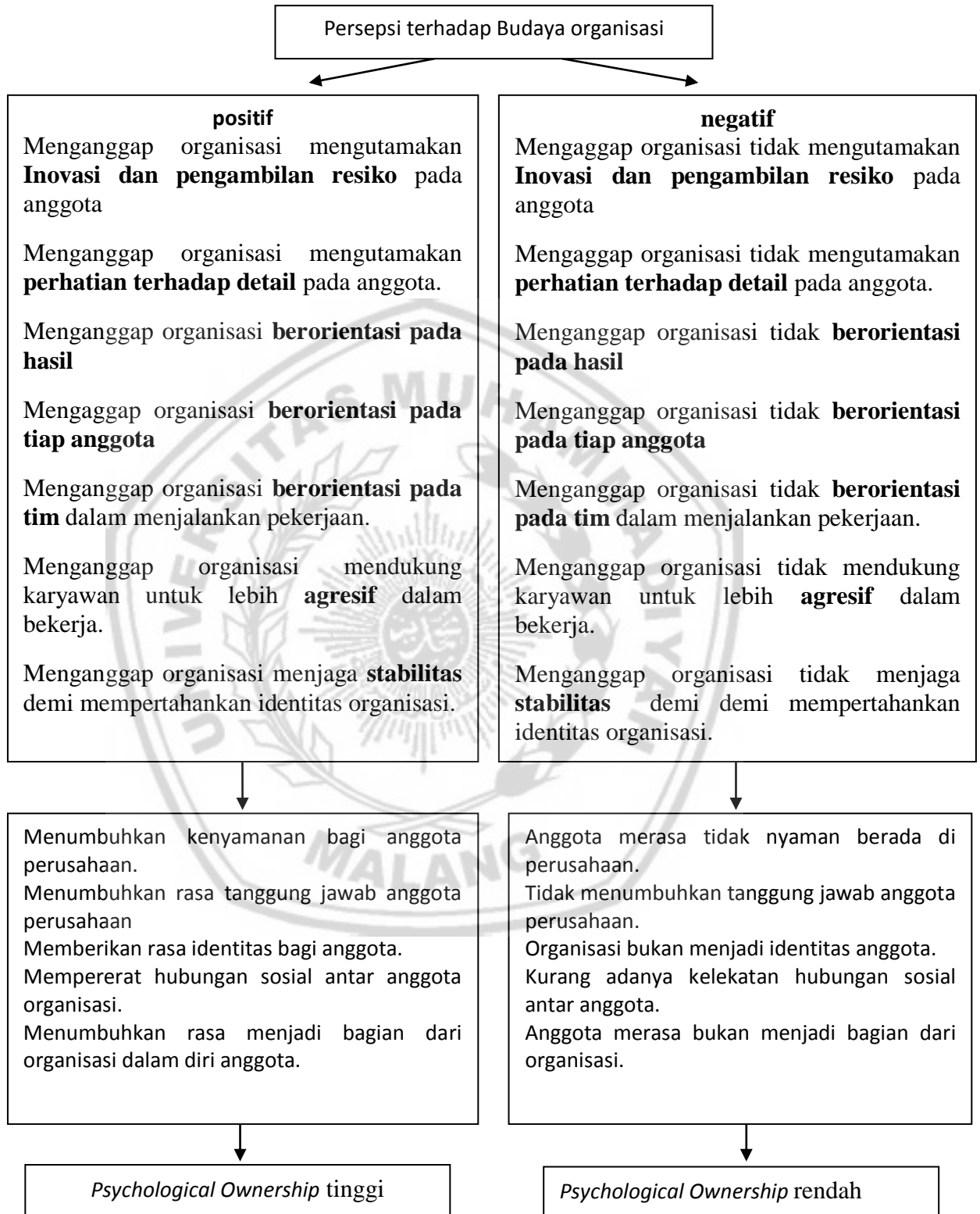
Hubungan Persepsi Terhadap Budaya Organisasi Dengan Psychological Ownership

Mengacu pada pernyataan Pierce (2001), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Psychological Ownership*, salah satunya yaitu *knowing intimately* atau pemahaman yang mendalam mengenai suatu objek. Hal ini membuat individu menemukan makna sosial dari objek tersebut. Makna suatu objek yang diberikan oleh lingkungan sosial dapat digunakan individu sebagai identitas diri hingga dapat dikenal dan dihargai. Objek yang terintegrasi dengan *self-identity* menandakan asosiasi diri terhadap objek. Dengan adanya makna sosial dalam lingkungan seseorang, akan dapat memunculkan perasaan nyaman terhadap lingkungan tersebut. Dalam hal ini, budaya organisasi dapat dianggap sebagai suatu hal yang dapat menumbuhkan makna sosial individu. Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, budaya organisasi dijelaskan sebagai suatu identitas sebuah perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain. Identitas tersebut berisi peraturan-peraturan dan nilai-nilai yang mengatur sikap dan perilaku anggota perusahaan.

Persepsi terhadap budaya organisasi memiliki dua variasi, yaitu persepsi positif dan negatif. Seseorang dikatakan memiliki persepsi yang positif terhadap budaya organisasi apabila ia mampu memahami dan memaknai secara positif, serta menerima budaya organisasi yang berlaku. Sebaliknya, apabila seorang karyawan memiliki persepsi negatif terhadap suatu budaya organisasi, maka ia akan cenderung memaknai secara negatif dan sulit untuk menerima budaya organisasi tersebut. Dengan memahami dan menerima budaya organisasi, seseorang biasanya akan mampu menyesuaikan diri, memiliki rasa identitas, merasa menjadi bagian dari organisasi dan mematuhi aturan-aturan yang ditetapkan dalam perusahaan sebagai anggota organisasi. Robbin (2002) menjelaskan bahwa tujuan terbentuknya budaya organisasi sendiri yaitu sebagai pembawa suatu rasa identitas serta perekat sosial bagi anggota organisasi.

Dari penjelasan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa persepsi yang positif terhadap budaya organisasi akan dapat menumbuhkan makna identitas diri pada individu tersebut. dengan kata lain membuktikan adanya *Psychological ownership* terhadap perusahaan pada diri anggota.

Kerangka Berfikir



Hipotesa

Hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif secara signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership* karyawan. Semakin positif persepsi seseorang terhadap budaya organisasi, semakin tinggi *psychological ownership* yang dimiliki.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Subjek Penelitian

Subjek yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 110 orang karyawan yang bekerja di PT. Pertanian Nusantara XII Malang. Subjek tersebut diambil dari beberapa divisi yang ada pada perusahaan, yaitu agro wisata, pabrik teh, serta divisi *afdeling*. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik sampling *incidental*. Teknik sampling *incidental* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, dimana dengan teknik ini siapa saja yang secara kebetulan ditemui peneliti, dapat dijadikan sebagai subjek (Sugiyono, 2015). Alasan peneliti mengambil subjek sebanyak 110 orang, karena keterbatasan subjek yang mampu mengisi skala penelitian hanya berjumlah 110 orang dari total keseluruhan populasi.

Variabel dan Instrument Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (X) Persepsi Terhadap Budaya Organisasi, dan variabel terikat (Y) *Psychological Ownership*.

Persepsi terhadap budaya organisasi merupakan pemaknaan seseorang terkait budaya organisasi yang diterapkan dalam perusahaan tempat orang tersebut bekerja. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan pengukuran berdasarkan 7 karakteristik budaya organisasi menurut Robbins (dalam Munandar 2011), dengan jumlah item 29. Contoh item dalam skala ini yaitu "Perusahaan mendukung karyawan untuk berinisiatif dalam mengerjakan pekerjaan.". Pengukuran instrumen budaya organisasi menggunakan skala Likert yang terdiri dari 4 pilihan jawaban. Pilihan jawaban ini masing-masing memiliki nilai yaitu nilai 4 untuk jawaban sangat setuju (SS), 3 untuk jawaban setuju (S), 2 untuk jawaban tidak setuju (TS), 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS).

Psychological ownership merupakan rasa memiliki seseorang secara psikologis terhadap sesuatu perusahaan dimana ia bekerja. Pengukuran dalam penelitian ini berdasarkan aspek-aspek *Psychological ownership* yang dikemukakan oleh Avey

(2009), dengan jumlah 28 item . Contoh item dalam alat ukur ini yaitu “Saya yakin dengan kemampuan saya untuk berkontribusi pada keberhasilan organisasi”. Pengukuran *psychological ownership instrument* juga menggunakan skala Likert yang terdiri dari 4 pilihan jawaban. Pilihan jawaban ini masing-masing memiliki nilai yaitu nilai 4 untuk jawaban sangat setuju (SS), 3 untuk jawaban setuju (S), 2 untuk jawaban tidak setuju (TS) dan 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS).

Prosedur dan Analisis Data Penelitian

Prosedur yang akan dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yang pertama yaitu tahap persiapan, tahap penelitian dan tahap analisis data. Pada tahap persiapan, peneliti mempersiapkan skala atau alat ukur yang sesuai dengan aspek-aspek atau dimensi dari kedua variabel yang diambil. Untuk pengukuran variabel *psychological ownership* menggunakan skala *psychological ownership* dan skala persepsi terhadap budaya organisasi menggunakan skala persepsi terhadap budaya organisasi yang sudah dibuat.

Sebelum melakukan tahap penelitian, dilakukan pengujian skala persepsi budaya organisasi dan skala *psychological ownership* terlebih dahulu melalui *tryout* atau uji coba terhadap responden dengan jumlah 100 orang karyawan di Gili Trawangan, Lombok, NTB. Proses ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan realibilitas dari setiap *item* sebelum digunakan untuk penelitian yang sesungguhnya.

Berikut merupakan hasil *tryout* skala persepsi budaya organisasi dan *psychological ownership* yang telah dilakukan pada 100 orang karyawan. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 15 - 22 juni, 2018. Setelah dilakukannya proses *try out*, menggunakan teknik korelasi *product moment* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Tryout Skala

Alat ukur	jumlah item	jumlah item valid	indeks reliabilitas (Alpha)
persepsi budaya organisasi	29	24	0,885
<i>psychological ownership</i>	28	27	0,917

Pada tabel tersebut dapat dilihat variabel persepsi terhadap budaya organisasi memiliki jumlah *item* skala sebelum dilakukan pengujian, yaitu sebanyak 29 item, kemudian setelah diuji ada 5 item yang gugur dan hanya 24 item yang tersisa. Indeks reliabilitasnya, yaitu 0,885. Sedangkan pada variabel *psychological ownership* jumlah item skala sebelum dilakukan pengujian yaitu sebanyak 28, kemudian setelah diuji, terdapat 1 item yang gugur dan hanya 27 item yang tersisa. Indeks reliabilitasnya, yaitu 0,917.

Tahap selanjutnya, yaitu melakukan penelitian di PT. Pertanian Nusantara XII yang terletak di Wonosari, Malang, Jawa Timur. Sebelum dilakukannya penelitian dengan menyebarkan angket persepsi terhadap budaya organisasi dan *psychological ownership*, peneliti melakukan proses perijinan terlebih dahulu kepada pihak PT. Pertanian Nusantara XII, dengan memberikan surat perijinan fakultas psikologi. Setelah mendapatkan ijin, peneliti kemudian mulai melakukan penelitian pada tanggal 19 September sampai dengan 1 oktober 2018. Jumlah subjek yang berkontribusi dalam penelitian ini sebanyak 110 orang.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* menggunakan SPSS 21. Penggunaan jenis analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap budaya organisasi (X) dengan *psychological ownership* (Y).

HASIL PENELITIAN

Setelah dilakukannya penelitian, maka didapatkan hasil yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. Deskripsi data subjek dan kategorisasi variabel

Kategori demografis	Persepsi terhadap budaya organisasi		<i>Psychological ownership</i>		total	
	Tinggi (<i>T-score</i> >50)	rendah (<i>T-score</i> ≤50)	tinggi (<i>T-score</i> >50)	rendah (<i>T-score</i> ≤50)	Frekuensi	Persentase (%)
Subjek keseluruhan	47	63	41	69	110	100%
Usia						
20-30 tahun	6	17	7	16	23	20,9%
31-40 tahun	17	17	12	22	34	30,9%
41-50 tahun	21	26	18	29	47	42,7%
>50 tahun	3	3	4	2	6	5,5%
total					110	100%
Jenis Kelamin						
laki-laki	36	51	33	54	87	79,1 %
perempuan	11	13	8	15	23	20,9%
total					110	100%
Lama Bekerja						

1-10 tahun	25	36	21	40	61	55,5%
11-20 tahun	15	15	13	17	30	27,3%
21-30 tahun	5	11	5	11	16	14,5%
>30 tahun	2	1	3	0	3	2,7%
total					110	100%
Divisi						
<i>Afdealing</i>	9	21	11	19	30	27,3%
Pabrik teh	14	16	10	20	30	27,3%
Agro wisata	24	36	20	30	50	45,4%
total					110	100%

Hasil analisis *T-score* terhadap keseluruhan jumlah subjek, didapatkan bahwa penilaian subjek terhadap persepsi budaya organisasi dengan kategori tinggi yaitu sebanyak 47, sedangkan untuk kategori rendah sebanyak 63 orang, kemudian penilaian subjek terhadap *psychological ownership* dengan kategori tinggi yaitu sebanyak 41 orang, sedangkan untuk kategori rendah sebanyak 69 orang atau.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada kategorisasi variabel persepsi terhadap budaya organisasi, jika dilihat berdasarkan usia, subjek yang memperoleh skor tinggi (>50) paling banyak yaitu usia 41-50 tahun, berjumlah 21 orang, sedangkan subjek dengan jumlah skor tinggi (≤ 50) paling sedikit yaitu usia >50 tahun, berjumlah 3. Subjek dengan skor rendah paling banyak yaitu usia 41-50 tahun berjumlah 26 orang dan yang paling sedikit adalah usia >50 tahun berjumlah 3 orang. Berdasarkan jenis kelamin, subjek dengan perolehan skor tinggi paling banyak yaitu subjek laki-laki dengan jumlah 36 orang, sedangkan perempuan hanya 11 orang. Namun, subjek dengan skor rendah paling banyak juga didominasi oleh laki-laki, berjumlah 51 orang, sedangkan perempuan berjumlah 13 orang. Selanjutnya mengacu pada tabel lama bekerja, subjek yang memperoleh skor tertinggi didominasi oleh subjek dengan masa kerja 1-10 tahun, berjumlah 25, sedangkan skor tinggi paling sedikit yaitu subjek dengan masa kerja >30 tahun berjumlah 2 orang. Kemudian untuk perolehan skor rendah paling banyak juga didapat oleh subjek dengan masa kerja 1-10 tahun sebanyak 36 dan yang paling sedikit yaitu subjek dengan masa kerja >30 tahun berjumlah 1 orang. Dari tabel divisi, diketahui jumlah mayoritas subjek dengan skor tinggi yaitu pada divisi agro wisata, sebanyak 24 orang, sedangkan perolehan skor tinggi paling sedikit yaitu subjek pada divisi *afdealing* yang hanya 9 orang. Mayoritas subjek dengan skor terendah, yaitu pada divisi agro wisata dengan jumlah 36, serta yang paling sedikit yaitu subjek pada divisi pabrik teh dengan jumlah 16 orang.

Kategorisasi pada variabel *psychological ownership* dilihat berdasarkan usia, subjek yang memperoleh skor tinggi paling banyak yaitu subjek dengan rentang usia 41-50

tahun, dengan jumlah 18 orang dan yang paling sedikit pada >50 tahun, berjumlah 4 orang. Mayoritas subjek yang mendapat skor rendah yaitu usia 41-50, sebanyak 29, serta skor rendah yang paling sedikit adalah usia >50 tahun berjumlah 2 orang. Jika dilihat dari jenis kelamin, subjek laki-laki memperoleh skor tinggi lebih banyak dari pada subjek perempuan, yaitu berjumlah 33 orang dan perempuan hanya 8 orang. Demikian pula untuk perolehan skor rendah didominasi oleh laki-laki sebanyak 54, sedangkan perempuan sebanyak 15 orang. Kemudian pada tabel lama bekerja, perolehan skor tinggi terbanyak adalah subjek dengan rentang masa kerja 1-10 tahun sebanyak 21 orang dan yang paling sedikit adalah subjek dengan masa kerja >30 tahun berjumlah 3. Begitu pula subjek dengan skor rendah paling banyak yaitu subjek dengan masa kerja 1-10 tahun berjumlah 40 orang dan paling sedikit yaitu subjek dengan masa kerja >30 sebanyak 0 orang. Berdasarkan tabel divisi, perolehan skor tinggi didominasi oleh subjek yang berada di divisi agro wisata dengan 9 orang, sedangkan jumlah skor tinggi paling rendah yaitu subjek pada divisi *afdealing*, sebanyak 3 orang. Kemudian untuk perolehan skor rendah paling banyak adalah subjek pada divisi agro wisata, sebanyak 41 orang dan yang paling sedikit adalah subjek pada divisi pabrik teh, sebanyak 24 orang.

Tabel diatas juga menjelaskan bahwa frekuensi keseluruhan jumlah subjek berdasarkan usia didominasi oleh usia 41-50 yaitu sebanyak 47 dengan persentase 42,7% dan yang paling sedikit yaitu subjek usia >50 tahun sebanyak 6 orang (5,5%). Kemudian untuk frekuensi jumlah subjek berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah terbanyak , yaitu laki-laki, sebanyak 87 orang dengan persentase 79,1%, sedangkan perempuan hanya 23 orang atau 20,9%. Berdasarkan masa kerja, jumlah terbanyak didominasi oleh kategori masa kerja 1-10 tahun dengan presentase 55,5% sedangkan lama kerja >30 tahun menjadi jumlah tersedikit dengan presentase hanya 2,7%. Frekuensi keseluruhan subjek dari tabel divisi menunjukkan jumlah terbanyak yaitu subjek pada divisi agro wisata, dengan jumlah 50 atau 45,4%, kemudian subjek untuk divisi *afdealing* dan pabrik sama-sama berjumlah 30 orang dengan persentase 27,3%.

Uji normalitas

Tahapan analisis yang dilakukan peneliti sebelum menguji hubungan antara dua variabel, yaitu menuji normalitas data. Pengujian data ini dilakukan untuk mengetahui normalitas data yang diambil setelah dilakukannya penelitian yang menggunakan uji *kolmogorov smirnov (Asymp.sig.(2-tailed))* menggunakan SPSS 21. Berikut adalah table hasil uji normalitas:

Tabel 3. Hasil uji normalitas data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Asymp.sig.(2-tailed)	N
Persepsi Budaya Organisasi- <i>psychological Ownership</i>	0,150	110

Dilihat dari hasil table diatas, diketahui bahwa nilai *Asymp.sig.(2-tailed)* korelasi dari masing-masing data termasuk kategori normal, karena nilai *p* atau *Asymp.sig.(2-tailed)* (0,150) lebih besar dari 0,05.

Uji hipotesa

Setelah dilakukannya analisa terhadap data responden dengan jumlah 110 orang, didapatkan hasil bahwa:

Tabel 4. Hasil uji korelasi *Product Moment*

koefisien korelasi (r)	koefisien determinasi (r ²)	sig/p	ket	kesimpulan	N
0,551	0,304	0,000*	$P \leq 0,05$	signifikan	110

Setelah dilakukan analisis menggunakan analisis korelasi *product moment*, didapatkan nilai koefisien korelasi (r) yaitu 0,551, serta nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi budaya organisasi dengan *psychological ownership*. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi budaya organisasi maka semakin tinggi pula *psychological ownership* karyawan. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah persepsi budaya organisasi, maka semakin rendah pula *psychological ownership* karyawan. Hasil penelitian ini juga mengungkapkan koefisien determinasi (r²) sebesar 0,304 (30,4%), menandakan sumbangan persepsi terhadap budaya organisasi terhadap *psychological ownership* sebesar 30,4% dan sisanya (69,6%) ditentukan dari faktor lain

DISKUSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership* karyawan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa nilai korelasi sebesar 0,551 dengan $p=0,000$. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership* karyawan. Jika persepsi terhadap budaya organisasi tinggi maka *psychological ownership* juga tinggi, namun jika persepsi terhadap budaya organisasi rendah, maka *psychological ownership* juga rendah. Hipotesa untuk penelitian ini adalah, ada hubungan positif antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership*. Setelah analisa, ditemukan hasil bahwa korelasinya positif, sehingga hipotesa awal dalam penelitian ini diterima.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan dari persepsi terhadap budaya organisasi terhadap *psychological ownership* yaitu sebesar 30,4%, selebihnya yaitu 69,6% dapat berhubungan dengan faktor lain. Menurut pierce (2001), terdapat

beberapa faktor yang mempengaruhi *psychological ownership* seseorang, yaitu *controlling*, *knowing intimately*, serta *investing-self*. Selain itu, *psychological ownership* juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik kepemimpinan autentik, *psychological capital*, *perceived organizational support* serta *work environment structure*.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *psychological ownership* seseorang menurut Pierce (2001), salah satunya adalah *knowing intimately*. *Knowing intimately* atau pemahaman individu yang mendalam terhadap suatu objek dapat membuat individu menemukan makna sosial dari objek tersebut dan dijadikan sebagai identitasnya. Berkaitan dengan hal ini, budaya organisasi sendiri dapat menjadi suatu hal yang dapat menumbuhkan makna sosial individu. Budaya organisasi dijabarkan sebagai identitas sebuah perusahaan yang membedakannya dari perusahaan lain. Identitas ini dapat berupa karakteristik, keyakinan, nilai-nilai, dan peraturan yang mengatur perilaku anggota perusahaan.

Persepsi terhadap budaya organisasi memiliki dua variasi, yaitu persepsi positif dan negatif. Apabila seseorang menganggap bahwa ia dapat menerima dan memahami dan memaknai secara positif budaya organisasi yang ada, maka orang tersebut dianggap memiliki persepsi positif terhadap budaya organisasi perusahaan. Sebaliknya, apabila seseorang memaknai secara negatif dan tidak dapat menerima budaya organisasi perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa orang tersebut memiliki persepsi negatif terhadap budaya organisasi yang ada. Dengan adanya pemahaman yang baik yang positif terhadap budaya organisasi perusahaan, akan dapat menumbuhkan rasa identitas, mematuhi aturan-aturan yang ada dan menumbuhkan rasa menjadi bagian dari perusahaan dalam diri individu. Robbin (2002) memaparkan bahwa budaya organisasi dibentuk untuk dapat memberikan suatu rasa identitas serta perekat sosial bagi anggota organisasi.

Budaya organisasi terbentuk oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu karakteristik perorangan (Jones, 1995). Karakteristik individu yang ada dalam organisasi membentuk suatu budaya yang disusun sesuai dengan apa yang dianggap layak untuk dijadikan sebagai identitas organisasi tersebut. *Psychological ownership* yang dimiliki anggota organisasi termasuk dalam faktor karakteristik perorangan, dimana anggota yang merasa memiliki perusahaan secara psikologis, akan memberikan kontribusi positif dalam penetapan nilai, serta aturan, sehingga dapat diterima oleh seluruh anggota perusahaan. Dalam hal ini, budaya organisasi yang terbentuk juga akan dilandasi dari karakteristik *psychological ownership* yang dimiliki anggota perusahaan, yaitu bertanggung jawab, optimis, menjaga relasi baik dengan lingkungan perusahaan dan berkontribusi untuk perkembangan perusahaan. Hasil penelitian Adriana (2013) menunjukkan bahwa faktor karakteristik perorangan mempengaruhi baiknya perkembangan budaya organisasi pada PD. BPR Bank Daerah Pati.

Psychological ownership merupakan perasaan dimana seseorang merasa memiliki suatu benda ide, wilayah atau target sebagai miliknya secara psikologis. Seseorang yang dengan *psychological ownership* yang tinggi terhadap perusahaan, akan memiliki dorongan yang kuat dalam dirinya bahwa ia sebagai anggota perusahaan akan bertanggung jawab dan berusaha sekuat tenaga memajukan perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Rodgers & Freundlich (1998) bahwa karyawan yang merasa seperti pemilik organisasi percaya bahwa mereka memiliki hak untuk mempengaruhi arahan yang diambil oleh organisasi dan bahwa mereka memiliki "tanggung jawab yang lebih dalam" daripada mereka yang tidak merasa memiliki.

Dalam menjalankan suatu perusahaan, dibutuhkan berbagai macam aspek penopang yang menjadi landasan bagi perusahaan untuk bisa mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar tetap berjalan sesuai alur perkembangan perusahaan dari masa ke masa, dibutuhkan pula suatu acuan atau pengatur yang dapat mengendalikan jalannya perusahaan sesuai yang diharapkan. Salah satunya yaitu dengan adanya budaya organisasi. Budaya organisasi sendiri pasti dimiliki setiap perusahaan ataupun instansi berupa nilai-nilai yang dipercaya sebagai karakteristik yang diberikan anggota kepada perusahaan (pratama, 2012). Budaya organisasi tentunya diharapkan dapat dijadikan sebagai alat pendisiplin seluruh anggota perusahaan. Dibutuhkan pemahaman dan persepsi yang positif dari seluruh anggota perusahaan agar budaya organisasi dapat diterapkan dan dipatuhi bersama-sama.

Karyawan yang merasa memiliki sebuah organisasi cenderung terlibat dalam perilaku positif yang didorong oleh rasa tanggung jawab yang menyertai perasaan kepemilikan tersebut. Pertukaran transaksional antara karyawan dan organisasi sedemikian rupa sehingga organisasi memenuhi kebutuhan anggota yang pada gilirannya membalas dengan mengembangkan perasaan kepemilikan dan rasa tanggung jawab yang sesuai (Avey, 2009). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang positif terhadap budaya organisasi berhubungan dengan rasa kepemilikan dalam diri karyawan terhadap perusahaan secara psikologis (*psychological ownership*), dimana apabila karyawan menganggap bahwa budaya yang diterapkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan nilai yang ia anggap benar, maka timbulah kecocokan antara diri karyawan dengan perusahaan, sehingga karyawan akan dapat meningkatkan performanya dalam bekerja. *Psychological ownership* yang muncul dalam diri karyawan ini tentunya akan berdampak baik dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Pengujian terhadap pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja oleh Belias & Kostelios (2014), menemukan bahwa kepuasan kerja seseorang tidak hanya dapat dipengaruhi, melainkan dapat pula diprediksi oleh persepsinya terhadap budaya organisasi, terutama dukungan sosial dan kepemimpinan. Budaya organisasi yang inovatif berdampak pada pencapaian pribadi individu dan menumbuhkan rasa puas terhadap peran mereka.

Psychological ownership seseorang terhadap perusahaan tentunya tidak hanya dapat dibangun sendiri oleh seseorang tanpa adanya faktor luar yang mampu memunculkan perasaan tersebut. Berkaitan dengan hal ini, perusahaan juga memiliki peran penting dalam menciptakan rasa nyaman bagi para karyawan sehingga dapat menumbuhkan rasa betah untuk tetap bekerja di perusahaan tersebut. salah satu aspek penting dalam suatu organisasi yaitu budaya organisasi. Menurut Sondang (1995) budaya organisasi adalah penggabungan gaya kepemimpinan manajemen puncak dan norma-norma, serta sistem nilai keyakinan para anggota organisasi. Penjelasan ini didukung oleh hasil dari penelitian yang dilakukan Chen, dkk (2018), dengan sampel para pemimpin dan staf perawat di Taiwan Selatan, mengungkapkan bahwa karakteristik kepemimpinan autentik yang dirasakan perawat dapat berhubungan secara positif dengan *psychological ownership* perawat bawahan.

Mengacu pada penelitian Krisanti, Rostiana & Lie (2017), diketahui hasil dari penelitian tersebut yaitu *Psychological Capital* lebih berperan besar dibandingkan kepemimpinan *Perceived Organizational Support* terhadap *Psychological Ownership*. Dalam *Perceived Organizational Support*, dimensi yang paling berperan terhadap *Psychological Ownership* adalah *organizational reward*, sedangkan pada variabel *Psychological Capital*, dimensi yang paling berpengaruh yaitu *resilience*. Karyawan yang merasa didukung oleh perusahaan akan dapat meningkatkan kontribusi dan kinerjanya terhadap perkembangan perusahaan sebagai bentuk perilaku timbal balik terhadap dukungan yang ia dapatkan.

Penelitian Pierce (2004) menemukan bahwa terdapat hubungan antara work environment struktur dengan *psychological ownership* seseorang. Faktor kontrol sepenuhnya memediasi hubungan antara struktur lingkungan kerja dan perasaan memiliki seseorang atas pekerjaannya. Efek mediasi penuh juga ditemukan untuk kontrol dalam hubungan antara masing-masing dari tiga variabel struktur lingkungan kerja, yaitu teknologi, otonomi, dan pengambilan keputusan partisipatif. Teknologi memberikan kontrol yang lebih besar kepada mereka yang mengoperasikannya, kemudian pekerjaan yang dicirikan oleh tingkat otonomi tinggi memberikan peran yang menduduki kendali atas prosedur kerja dan penjadwalan pekerjaan, serta pengambilan keputusan partisipatif termasuk pembagian kewenangan melalui keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam tiap perusahaan tentunya sangat menginginkan adanya perubahan positif yang terus berjalan dari waktu ke waktu. Perkembangan ini tidak hanya berbicara mengenai performa yang baik, namun juga menginginkan adanya hasil kerja atau produktifitas nyata yang dapat menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Terkait hal ini, tidak akan terlepas dari kemampuan dan perilaku memadai yang dimiliki karyawan. Selaras dengan pernyataan yang diungkapkan dalam penelitian Mustafa, dkk (2016). Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa perasaan *ownership* individu berpengaruh positif pada perilaku kewirausahaan karyawan serta *psychological ownership* seseorang juga mampu meningkatkan perilaku kewirausahaan karyawan.

Tumbuhnya rasa memiliki dalam diri karyawan terhadap perusahaan akan mampu memberikan dampak yang positif bagi kemajuan perusahaan. Dalam hal ini tentunya akan diawali dengan adanya performa dan kinerja karyawan yang meningkat seiring dengan adanya keinginan karyawan untuk memberikan yang terbaik bagi apa yang sudah mereka anggap sebagai miliknya. Belk (1988) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki rasa kepemilikan akan mengembangkan rasa tanggung jawab, menjaga, melindungi, mempertahankan dan mengembangkan apa yang menjadi miliknya tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Akçin, dkk (2018) menjelaskan bahwa *psychological ownership* memberikan efek positif yang signifikan secara statistik pada kinerja tugas. Selain itu, pada penelitian ini juga mengungkapkan pengaruh *Psychological ownership* dan perilaku *silence* karyawan berdasarkan beberapa dimensi *silence* yang ada. Hasilnya menunjukkan adanya hubungan negatif antara *psychological ownership* dan *acquiescent silence*, serta *defensive silence*. Sementara itu terdapat pula hubungan positif antara *psychological ownership* dan *pro-social silence*. Dari hasil penelitian tersebut dapat dikatakan jika *psychological ownership* yang dimiliki karyawan akan dapat menunjang kemajuan perusahaan dari karyawan.

Kelemahan dalam penelitian ini yaitu ketika melakukan penelitian dengan menyebarkan skala, peneliti tidak sepenuhnya dapat memantau atau mendampingi subjek penelitian pada saat mengisi skala. Hal ini bukan tidak mungkin dapat meningkatkan kecenderungan munculnya bias saat subjek mengisi skala. Selain itu, peneliti hanya melakukan penelitian di satu perusahaan saja. Dimana hal ini dikatakan masih kurang mewakili penelitian. Alangkah lebih baik apabila peneliti yang akan datang melakukan penelitian di dua atau lebih perusahaan agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari penelitian ini yang sebelumnya dilakukan pada 110 karyawan PT. Pertanian Nusantara di Malang, ditemukan hasil bahwa persepsi terhadap budaya organisasi memberikan sumbangan sebesar 30,4% terhadap *psychological ownership*, sedangkan 69,6% sisanya dapat berhubungan dengan faktor lain terkait *psychological ownership*. Selain itu, ditemukan pula ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership* karyawan. Penjelasan tersebut, bermakna bahwa semakin tinggi persepsi terhadap budaya organisasi seseorang, maka semakin tinggi juga *psychological ownership* yang dimiliki. Begitu pula jika persepsi terhadap budaya organisasi semakin rendah, maka *psychological ownership* juga semakin rendah.

Penelitian ini diharapkan dapat berimplikasi bagi perusahaan agar lebih mempromosikan nilai-nilai dalam budaya organisasi yang diterapkan agar karyawan mampu memahami dan menaati budaya organisasi tersebut. Bagi karyawan

hendaknya dapat meningkatkan kontribusinya dalam pengembangan perusahaan, tidak hanya sebagai tempat ia bekerja, melainkan juga sebagai “rumah kedua” yang harus tetap dijaga bersama. Saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya di masa depan, untuk dapat melakukan penelitian di lebih dari satu tempat sehingga dapat lebih dapat mengungkapkan hubungan persepsi terhadap budaya organisasi dengan *psychological ownership* seseorang secara lebih maksimal. Selain itu hendaknya peneliti selanjutnya pada saat melakukan penelitian, dapat mendampingi subjek dalam mengisi skala agar mengurangi kecenderungan bias.



DAFTAR PUSTAKA

- Akçin, Kültigin. Dkk (2018). Effect of Psychological Ownership on Employee Silence and Task Performance: A Study on Academicians. *International Business Research*. 11(1), 1913-9012.
- Akbar, Muhammad Riza (2013). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap *Employee Engagment* (Studi Pada Karyawan PT. Primatexco Indonesia di Batam). Universitas Negeri Semarang. *Journal Of Social and Industri Psychology*, 2(1), 2252-6838.
- Alindra, Aput Ivan (2015) Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Depok *Sport Center*. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arifin, Adi Suprpto., Faudy, Ikhsan & Kuswarno, Engkus (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Siswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(1), 88-101.
- Avey, james B.(2009) Psychological Ownership: Theoretical Extensions, Measurement, and Relation to Work Outcomes. *Journal of Organizational Behavior* 30, 173–191.
- Ardiana, Lusana Resty., Haryadi Sugeng., Nuzulia Siti. (2013) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Budaya Organisasi di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Daerah Pati. *Journal of Social Industry Psychologi*, 2(1), 2252-6838.
- Belias, Dimitrios & Kousteling, Athanasios (2014) Organizational Culture and Job Satisfaction: A Review. *Social and Behavioral Sciences* 175, 314-323.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and The Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139168.
- Bora & Harun (2015) The Effect Of Servant Leadership on Psychological Ownership: the Moderator Role Of Perceived Organizational Support. *Journal Of Global Strategic Management*, 9(2), 65-77.
- Chen, Shihhao. Dkk (2018). An Investigation of the Mediating Effect of Leader Group Prototypicality on the Relationship Between Authentic Leadership and Psychological Ownership. *International Journal of Business and Economics research*. 7(4), 119-125.
- Christina, Hana & Kurniawan, Jimmy Ellya (2013). Hubungan Antara Gaya Kepemimpinan Transformasional pada Atasan Langsung Terhadap *Psychological Ownership* Pada Karyawan *Outsourcing*. Fakultas Psikologi Universitas Ciputra, Surabaya

- Deborah, Angela Wulan (2012), Hubungan Kualitas Hidup Dan *Psychological Ownership* Pada Pengemudi Mobil Pribadi Usia Dewasa Muda Yang Melakukan Komuter Ke Jakarta. Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia, Depok.
- BBC, (2018) Berulang Kali Diancam Sanksi, Banyak PNS Tetap Bolos Usai Libur Tahun Baru, <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-42541120> diakses pada tanggal 17/04/2018.
- Jalal, Akram (2017). Impact Of Organizational Culture In Leadership's Decision-Making. *Journal Of Advances In Management Sciences of Information Systems*, 3, 1-8.
- Jones, Gareth R. (1995). *Organizational Theory Text and Cases*. United State: AddisonWesley Publishing Company, inc., New York.
- Kim, Minseo & Beehr, Terry A. (2017). Self-Efficacy and Psychological Ownership Mediate the Effect of Leadership on Both Good and Bad Employee Behavior. *Journal of Leadership & Organizational Studies* 1-3.
- Kirana, Intan Carissa & Iqbal, Muhammad (2017), Deskripsi Profil Psychological Ownership Dan Organizational Commitment. Fakultas Psikologi, Universitas Brawijaya, Malang
- Krisanti, V., Rostiana & Lie, Daniel (2017). Peran Dukungan Organisasi Dan Modal Psikologis Terhadap Psychological Ownership. Fakultas Psikologi Universitas Tarumanegara, Jakarta.
- Mahyew, M. G., Ashkanasy, N. M., Tom Bramble, T. & Gardner, J (2007). A Study Of Antecedents and Consequences of Psychological Ownership in Organizational Settings. *The Journal of Social Psychology* 147, 477-500.
- Munandar, Ashar Sunyoto (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Munizu, Musran (2010). Persepsi Budaya Organisasi dan Komitmen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Bank. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 14(1), 98 – 109.
- Mustafa, Michael., Martin, Lee., Hughes, Mathew., (2015) Psychological Ownership, Job Satisfaction And Middle Managers Entrepreneurial Behavior. *Journal of leadership and organizational studies*, 23 (3), 272-287.
- Pan, Xiao-fu., Qin, Qiwen & Gao, Fei (2014). Psychological Ownership, Organization-based Self-Esteem and Positive Organization. *Chinese Management Studies*, 1(8). 127-148

- Pierce, J., Kostova, T., & Kurt, T. (2001). Toward a Theory of Psychological Ownership in Organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310.
- Pierce, Jon L., O'Driscoll, Michael (2004). Work Environment Structure and Psychological Ownership: The Mediating Effects of Control. *The Journal of Social Psychology*, 144(5), 507–534.
- Pratama, Yoga (2012) Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Nunggun Kabupaten Bogor. Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Sarjana Ekstensi, Depok.
- Rakhmat, Jalaludin (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P., (2002) *Prinsip-prinsip perilaku Organisasi, Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Rodgers, L., & Freundlich, F. (1998). Nothing Measured, Nothing Gained. *Employee Ownership Report*, 18(1).
- Shahmoradi, dkk (2016). The Relationship Between Organizational Climate, Organizational Culture and Creativity With Job Satisfaction of Librarian in Ahwaz Public Libraries. *Research Journal of Psychology and Educational Sciences*. 2(4), 94-101
- Sondang P Siagian. (1995). *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wood, Julia T, (2010) *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Zamahani, Majid., Faezeh, Rezaei (2014). The Impact Of Managers' Self-awareness, Positive Psychological Ownership on Organizational Citizenship Behavior. *International Review Of Management and Business Research*. 3(3), 2306-9007